TECHNIQUES DE CREATIVITE

1. La "Défectuologie"

Définition :

Consiste à adopter une attitude très critique - génératrice d'idées - en prenant conscience des insatisfactions existant dans l'usage d'un produit, dans le recours à un service, dans le fonctionnement d'une institution...

Elle doit permettre de chercher à améliorer, perfectionner à l'extrême le sujet étudié.

Comment :

Cette technique nécessite, au préalable, de faire appel au "brainstorming" pour :

- recenser tous les défauts, inconvénients ou faiblesses d'un produit ou d'un service,
- les classer en fonction de certains critères,
- puis rechercher des solutions d'amélioration ou de suppression de ces éléments insatisfaisants.

Aspect du produit	Forme Volume Poids Design Niveau de gamme Impression ou sensation procurée à la vue du produit, ...
Usage	Commodité (mode d'emploi, apprentissage, facilité d'utilisation, …) Dangerosité Solidité Réutilisation ...
Utilité	Efficacité : satisfaction totale du besoin ? Possibilité d'étendre la satisfaction au besoin en amont ou en aval ? Combinaison possible et pertinente avec autre chose ? ...
Conditionnement	Format adéquat ? Packaging adapté ? Protection efficace ? Recyclage de l'emballage ? ...

Tous droits de reproduction, d'adaptation ou de traduction, par quelque procédé que ce soit, réservés pour tous pays sauf autorisation écrite de l'éditeur ou de ses ayants droits
ASBL Les Jeunes Entreprises

Accessibilité	Canal de distribution adapté ? Lieux de vente bien choisis ? Horaires ? Souplesse (ex : obligation d'un abonnement ?) Délais pour obtenir ou disposer du produit ou service ? ...
Prix	Coût adapté ? Rente de situation du fournisseur ? Possibilité de réduire le prix ? Transparence et simplicité des tarifs ? Autres conditions financières ? ...
Conséquences de l'utilisation	Maintenance Garantie Pollution Recyclage Problème de déchets Consommables ...
Autres "défauts" possibles	Fiabilité Nécessité de détenir une installation /source fixe d'énergie /appareillage...) Assujettissement à une réglementation Limitation de l'offre à certains types de clients (démocratisation ?) Impossibilité de fidéliser le client Service ne pouvant être vendu seul (dépendant d'un matériel, d'un autre service...) Image déplorable du produit /service Vente limitée à certains milieux (mode de vie, de mœurs…) Produit "concurrent indirect" très gênant Inconstance dans la qualité du service ...

2. Le "Concassage"

Définition :

Il s'agit d'utiliser une liste de verbes d'action libérant totalement l'imagination par rapport à l'objet ou le service étudié.

Tous droits de reproduction, d'adaptation ou de traduction, par quelque procédé que ce soit, réservés pour tous pays
sauf autorisation écrite de l'éditeur ou de ses ayants droits
ASBL Les Jeunes Entreprises

Comment :

Au préalable, une description précise de l'objet ou du service doit être réalisée en prenant en compte ses aspects techniques, fonctionnel et sociologique.
On applique ensuite la technique du "brainstorming" pour chercher des idées à partir des verbes :

- augmenter, diminuer, combiner, inverser, modifier, rendre plus excitant.

Cette association entre un verbe et un produit/service permet de favoriser l'émergence :

- d'une idée d'amélioration de ce produit ou service,
- d'une idée de produit ou service de substitution.

Augmenter	Augmenter le poids, le volume, les dimensions Augmenter le prix, la durée d'usage Rendre l'emploi plus fréquent Elargir l'usage, le généraliser Augmenter la signification, la portée sociale Ajouter des fonctions, des accessoires Perfectionner, habiller, décorer Donner un nom, une histoire Augmenter les qualités, la fiabilité, la beauté, la commodité
Diminuer	Opérations inverses aux précédentes
Combiner	Avec un objet remplissant une fonction en amont Avec un objet remplissant une fonction en aval Avec un objet d'un "voisinage" habituel Avec un objet qui n'a aucune relation avec celui étudié
Inverser	Renverser, mettre le bas en haut Inverser la structure Inverser la hiérarchie des fonctions Inverser l'usage ; Inverser les fonctions Prendre la chronologie à rebours Réaliser "l'anti-objet"
Modifier	Changer les moments et les lieux de l'usage Changer l'usage, changer l'usager Trouver un autre principe de solution Changer les matières, les formes, les couleurs Faire ressembler le produit à autre chose Se servir d'autre chose pour le même usage Employer une autre source d'énergie Rendre l'objet mobile ou au contraire immobile Modifier chacun des composants
Rendre plus excitant (ou au contraire, rendre plus austère)	Rendre plus excitant pour l'œil (vue) Rendre plus excitant pour l'oreille (ouïe) Rendre plus excitant pour le nez (odorat) Rendre plus excitant pour la main (toucher)

Tous droits de reproduction, d'adaptation ou de traduction, par quelque procédé que ce soit, réservés pour tous pays sauf autorisation écrite de l'éditeur ou de ses ayants droits
ASBL Les Jeunes Entreprises

3. « Le meilleur moyen de... »

Définition :

Pour atteindre un but, pour mener à bien une réalisation, il y a souvent, dans l'absolu, plusieurs moyens possibles. Le plus habituel, le plus courant, le plus répandu n'est pas toujours le meilleur, loin s'en faut quelquefois !

Là encore, le poids des habitudes, l'appréhension à remettre en cause ce qui "fonctionne déjà", la peur du ridicule, la crainte de choquer peut annihiler notre inventivité.

Comment :

- prendre un problème, un besoin constaté ou ressenti comme mal satisfait par le marché,
- se poser, à son sujet, simplement la question : *Quel serait le meilleur moyen pour .... ?*
- rechercher le maximum de solutions possibles et imaginables en faisant appel à la technique du brainstorming,
- classer ces solutions et en sélectionner certaines en fonction de leur présomption de réalisme et de faisabilité.

Cette technique permet momentanément de se libérer de toute contrainte en raisonnant dans l'absolu face à un besoin à satisfaire.

4. « L'espace de consommation »

Définition :

Outil, sous forme de tableau, permettant de définir un produit ou un service existant et vendable selon tous ses critères commerciaux.

La modification d'un des paramètres peut alors donner naissance :

- à un produit nouveau ou à une activité nouvelle
- à un produit ou un service modifié pour l'adapter à un autre marché.

Ces dernières années, nombre de produits pour adultes ont été adaptés pour toucher le marché des enfants, voire des bambins (ex : console de jeux électroniques pour les petits, dès 18 mois).

Tous droits de reproduction, d'adaptation ou de traduction, par quelque procédé que ce soit, réservés pour tous pays
sauf autorisation écrite de l'éditeur ou de ses ayants droits
ASBL Les Jeunes Entreprises

Comment :

Cette technique ne peut s'utiliser qu'à partir d'une activité ou d'un produit existant.

Produit ou service existant	
Personnes /utilisateurs	bébé / enfant adolescent adulte / personne âgée actif / retraité… homme / femme…
Besoins	sécurité / santé hygiène / calme gain de temps information rentabilité commodité / confort nouveauté…
Actions	professionnelles domestiques détente / loisirs repos alimentation culture sport voyage…
Temps	un moment précis moment du jour moment de la nuit jour de la semaine mois saisons…
Lieu	lieu public habitation circulation promenade travail jardin villégiature…

Tous droits de reproduction, d'adaptation ou de traduction, par quelque procédé que ce soit, réservés pour tous pays
sauf autorisation écrite de l'éditeur ou de ses ayants droits
ASBL Les Jeunes Entreprises